

**S K R I P S I**

**YAKOBUS NYOTO**

**PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK DALAM HUBUNGAN DENGAN  
KENAIKAN PENJUALAN PADA PT TIRTA MAS MEGAH  
S U R A B A Y A**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
S U R A B A Y A  
1990**

No, INDUK	2914/93.
TGL. TERIMA	26-4-1991
<del>BELI</del> HADIAH	Fak. Ekonomi
No, BUKU	FE.m. Nyo p1
KOPI KE	1 (satu)

**PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK  
DALAM HUBUNGAN DENGAN KENAIKAN PENJUALAN  
PADA PT TIRTA MAS MEGAH,  
SURABAYA**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memperlengkapi Syarat-Syarat dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen**

**Oleh :**

**YAKOBUS NYOTO  
Nrp. : 3103086129/FE**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**1990**

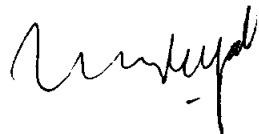
Surabaya, 31 Oktober 1990  
Disetujui dan diterima baik  
oleh :

Dosen Pembimbing I :



(Drs. Ec. Mardianto S.U.)

Dosen Pembimbing II :



(Drs. Ec. Mustajab)

Pembantu Dekan I,



(Drs. Ec. Tri Hariyono)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya yang telah memungkinkan skripsi ini dapat disusun dan selesai tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selesainya skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Drs.Ec. Murdianto S.U., selaku dosen dan pembimbing I yang dengan kemurahan hati dan kesabarannya telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs.Ec. Mustajab, selaku dosen pembimbing II dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya yang dengan kemurahan dan kesabarannya meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Pimpinan PT Tirta Mas Megah, Surabaya beserta pihak-pihak yang telah membantu dan meluangkan

waktunya untuk memberikan informasi dan data-data yang diperlukan guna penyusunan skripsi ini.

4. Bapak, Ibu dan sahabat penulis yang telah memberikan dorongan baik dari segi materiil maupun dari segi moril kepada penulis.

5. Pimpinan serta Karyawan Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan baik mengenai isi maupun cara-cara penyajiannya, sehingga dengan ini penulis tidak segan-segan menerima saran serta kritik yang bersifat membangun dari para pembaca.

Surabaya, Maret 1990.

Penulis,

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1. Pandangan Umum .....	1
2. Penjelasan Judul .....	3
3. Alasan Pemilihan Judul .....	4
4. Tujuan Penyusunan .....	4
5. Sistematika Skripsi .....	5
6. Metodologi .....	7
6.1. Permasalahan .....	7
6.2. Hipotesa Kerja .....	8
6.3. Skope Analisa .....	9
6.4. Prosedur Pengumpulan dan Peng- olahan Data .....	9
BAB II : TINJAUAN TEORITIS .....	11
1. Marketing .....	11
1.1. Pengertian Marketing .....	11
1.2. Arti Penting Pemasaran .....	13
2. Produk .....	14
2.1. Pengertian Produk .....	14
2.2. Penggolongan Produk .....	16

	Halaman
2.3. Produk Sebagai Bagian Integral Deri Marketing Mix .....	19
2.4. Siklus Kehidupan Produk .....	22
3. Pengembangan Produk .....	28
3.1. Pengertian Pengembangan Produk .....	28
3.2. Faktor-faktor yang Mempe- ngaruhi Product Development .	30
4. Tahap Pengembangan Produk .....	33
4.1. Tahap Pemilihan atau Pe- nyaringan .....	33
4.2. Tahap Analisa Bisnis .....	33
4.3. Tahap Pengembangan .....	34
4.4. Tahap Pengujian .....	34
4.5. Tahap Komersialisasi .....	36
5. Hubungan Antara Pengembangan Pro- duk Dengan Volume Penjualan .....	36
<b>BAB III : GAMBARAN UMUM TENTANG PT TIRTA MAS MEGAH, SURABAYA .....</b>	<b>43</b>
1. Sejarah Perkembangan Perusahaan ..	43
2. Lokasi Perusahaan .....	43
3. Struktur Organisasi .....	44
4. Produk yang Dihasilkan .....	49
5. Kebijakan Pengembangan Produk.	49
<b>BAB IV : PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK DALAM HUBUNGAN DENGAN KENAIKAN PENJUALAN PADA PT TIRTA MAS MEGA, SURABAYA ...</b>	<b>52</b>
1. Pembuktian Masalah .....	52

	<b>Halaman</b>
2. Sebab-Sebab Adanya Masalah .....	54
3. Akibat Masalah .....	57
4. Pemecahan Masalah .....	59
5. Pembuktian Hipotesa .....	61
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
1. Kesimpulan .....	71
2. Saran .....	73

#### **DAFTAR PUSTAKA**



## DAFTAR TABEL

Nomor :	Halaman
1. Target, Realisasi Penjualan, Dan Penyimpangannya (Rupiah) pada PT Tirta Mas Megah, Surabaya Dari Bulan April-September 1990 Serta Kenaikan/Penurunan Realisasi Penjualan (%) .....	53
2. Budget Dan Realisasi Biaya Pengembangan Produk PT Tirta Mas Megah, Surabaya Dari Bulan April-September 1990 Serta Penyimpangannya (Rupiah) .....	54
3. Budget Dan Realisasi Biaya Pengembangan Produk PT Tirta Mas Megah, Surabaya Dari Bulan April-September 1990 (Rupiah) .....	56
4. Jumlah Biaya Pengembangan Produk PT Tirta Mas Megah, Surabaya Dari Bulan April - September 1990 Kenaikan/Penurunan (Rupiah/%) .....	57
5. Total Produksi dan Realisasi Penjualan Pada PT Tirta Mas Megah, Surabaya Dari Bulan April-September 1990 (Liter) .....	58
6. Perbandingan Biaya Pengembangan Produk-Volume Penjualan Pada PT Tirta Mas Megah, Surabaya Dari Bulan April- September 1990 (Dalam Satuan Rupiah) .....	63
7. Analisa Kerja (Dalam Ribuan Rupiah) .....	64
8. Lembaran Kerja .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Nomor :	Halaman
1. Siklus Kehidupan Produk .....	27
2. Tahap-tahap Dalam Pengembangan Produk .....	37
3. Struktur Organisasi PT Tirta Mas Megah, Surabaya .....	49